

LAPORAN TUGAS AKHIR
PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL JOGJA PAINTING UNTUK
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* TAHUN 2022

Diajukan sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun oleh:

NURLAELA

NIM: 19033092

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2022

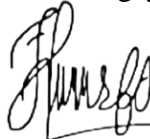
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pengelolaan Media Sosial Jogja Painting Untuk
Meningkatkan *Brand Awareness* Tahun 2022
Penulis : Nurlaela
NIM : 19033092
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Rabu, tanggal 27 Juli 2022.

Disahkan oleh:

Ketua Penguji,



Zaenah, S.S., M.Si.

NIP. 199211132019031004

Anggota 1



Sartika Ekadyasa, M.I.Kom.

NIP. 198812222020122006

Anggota 2



Drs. Sudrajat., M.M.

NIP. 196012221983031003

Mengetahui,

Ketua Jurusan Penerbitan



Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum.

NIP. 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pengelolaan Media Sosial Jogja Painting Untuk
Meningkatkan *Brand Awareness* Tahun 2022
Penulis : Nurlaela
NIM : 19033092
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta, 25 Juli 2022.

Pembimbing I



Drs. Sudrajat., MM.

NIP. 196012221983031003

Pembimbing II



Ingrid Veronica K., S.S., M.Pd.

NIDN. 0022027600

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, S.S., M.Si.

NIP. 199211132019032025

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurlaela
NIM : 19033092
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Tahun Akademik : 2019

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: “Pengelolaan Media Sosial Jogja Painting Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Tahun 2022” adalah **original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari plagiarisme.**

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 15 Juli 2022

Yang menyatakan,



Nurlaela

NIM. 19033092

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai civitas academica Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurlaela
NIM : 19033092
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Tahun Akademik : 2019

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: “Pengelolaan Media Sosial Jogja Painting Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Tahun 2022” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 15 Juli 2022

Yang menyatakan,



Nurlaela

NIM. 19033092

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Pengelolaan Media Sosial Jogja Painting Untuk
Meningkatkan *Brand Awareness* Tahun 2022

Penulis : Nurlaela

Pembimbing I : Drs. Sudrajat., M.M.

Pembimbing II : Ingrid Veronica K., S.S., M.Pd.

Internet use in Indonesia in 2022 has increased by 12.35% compared to the previous year, as evidenced by the wearesocial data report quoted from DataIndonesia.id. Of the several existing platforms, the most widely used media are WhatsApp 88.7%, Instagram 84.8%, Facebook 81.35%, Tiktok 63.1%, and Telegram 62.8%. In this competitive condition, the industry needs to determine the right promotional strategy to maintain its business, one of which is a digital marketing promotion strategy. In this case, Jogja Painting has used six social media platforms including Instagram, Facebook, Twitter, LinkedIn, Website and Youtube. To achieve the vision and mission of Jogja Painting itself, good social media management is needed so that a Social Media Admin is needed to manage Jogja Painting's social media. The data collection method used in the preparation of this final project is by observation and literature study. The purpose of this Final Project report is to explain the process of managing Jogja Painting social media to increase brand awareness in 2022.

Keywords: *Jogja Painting, Social Media Admin, Social Media, Brand Awareness.*

Penggunaan internet di Indonesia pada tahun 2022 mengalami peningkatan 12,35% dibandingkan tahun sebelumnya, terbukti berdasarkan laporan data *wearesocial* yang dikutip dari DataIndonesia.id. Dari beberapa platform yang ada, media yang paling banyak digunakan yaitu WhatsApp 88,7%, Instagram 84,8%, Facebook 81,35%, Tiktok 63,1%, dan Telegram 62,8%. Dalam kondisi persaingan ini, industri perlu menentukan strategi promosi yang tepat untuk mempertahankan usahanya, salah satunya dengan strategi promosi pemasaran digital. Dalam hal ini, Jogja Painting telah menggunakan enam platform media sosial diantaranya Instagram, Facebook, Twitter, LinkedIn, Website dan Youtube. Untuk mencapai visi misi dari Jogja Painting sendiri, diperlukan pengelolaan media sosial yang baik sehingga dibutuhkan seorang *Social Media Admin* untuk mengelola media sosial Jogja Painting. Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penyusunan Tugas Akhir ini adalah dengan observasi dan studi pustaka. Tujuan dari laporan Tugas Akhir ini adalah untuk menjelaskan proses pengelolaan media sosial Jogja Painting dalam meningkatkan *brand awareness* tahun 2022.

Kata Kunci: *Jogja Painting, Social Media Admin, Media Sosial, Brand Awareness.*

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Tujuan penulisan tugas akhir ini adalah memenuhi salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan pendidikan Diploma-3 Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif.

Dalam tugas akhir ini, penulis berperan sebagai *Social Media Admin* dalam proses pengelolaan media sosial Jogja Painting. Berdasarkan karya tersebut, penulis menyusun Laporan Tugas Akhir berjudul **“Pengelolaan Media Sosial Jogja Painting Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Tahun 2022”**.

Laporan Tugas Akhir ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang-orang yang berada di sekitar penulis. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada:


1. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Dr. Benget Simamora, M.M., Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum., Ketua Jurusan Penerbitan.
4. R. Sulistiyo Wibowo, M.Sn., Sekretaris Jurusan Penerbitan.
5. Zaenab, S.S., M.Si., Koordinator Program Studi Periklanan.
6. Drs. Sudrajat., M.M., selaku Pembimbing 1 dalam penyusunan Tugas Akhir.
7. Ingrid Veronica K., S.S., M.Pd., selaku Pembimbing 2 dalam penyusunan Tugas Akhir.
8. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani penulis selama penulis menempuh pendidikan.
9. Dewi Rachmawati selaku HR Manager yang telah menerima penulis melakukan Praktik Industri sekaligus Pembimbing Perusahaan di Jogja Painting.

10. Orang tua, keluarga, dan seseorang berinisial RS yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan doa kepada penulis.
11. Denisa Retno Fitriani, Marsya Nuraidah, Sarah Syah Putra, Siti Sarah Maria Ulfah, Sevia Andini, dan Annisa Dwi Utami yang telah memberikan semangat, dukungan, support dan menemani hari-hari penulis selama masa perkuliahan.
12. Teman-teman Angkatan 10 Program Studi Periklanan yang telah berjuang bersama-sama selama tiga tahun.
13. Terakhir, terimakasih kepada diri saya sendiri yang telah berjuang sampai titik ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam tugas akhir ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk laporan Tugas Akhir ini.

Jakarta, 10 Juli 2022

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Nurlaela', with a stylized flourish at the end.

Nurlaela

NIM. 19033092

DAFTAR ISI

LAPORAN TUGAS AKHIR.....	i
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR	
DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah	4
E. Tujuan Penulisan.....	5
F. Manfaat Penulisan.....	5
G. Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Komunikasi	
1. Pengertian Komunikasi	7
2. Fungsi Komunikasi	8

3. Komunikasi Pemasaran.....	8
4. Komunikasi Computer Mediated Communication (CMC).....	9
B. Bidang Periklanan	
1. Pengertian Bidang Periklanan.....	9
2. Tujuan Bidang Periklanan.....	9
3. Bidang Kreatif Periklanan.....	10
4. Peran Bidang Kreatif Periklanan.....	10
C. Social Media Admin	
1. Pengertian Social Media Admin.....	11
2. Peran Social Media Admin.....	11
D. Media Sosial	
1. Instagram.....	13
a) Pengertian Instagram.....	13
b) Fitur-fitur Instagram.....	13
2. Facebook.....	15
a) Pengertian Facebook.....	15
b) Fitur-fitur Facebook.....	15
3. Twitter.....	15
a) Pengertian Twitter.....	15
b) Fitur-fitur Twitter.....	16
4. LinkedIn.....	17
a) Pengertian LinkedIn.....	17
b) Fitur-fitur LinkedIn.....	17
E. Brand Awareness	
1. Pengertian Brand Awareness.....	18
2. Indikator Brand Awareness.....	18

BAB III METODE PELAKSANAAN

A. Data Perusahaan	
1. Profil Perusahaan.....	20
2. Lokasi Perusahaan.....	21

3. Visi dan Misi Perusahaan.....	21
4. Logo Perusahaan	22
5. Struktur Organisasi Perusahaan	23
6. Produk dan Layanan Perusahaan	25
B. Teknik Pengumpulan Data.....	25
C. Ruang Lingkup	
1. Peran Penulis.....	26
2. Waktu dan Tempat Kegiatan Praktik Industri.....	27
3. Jenis-jenis Pekerjaan dan Kategori Karya.....	28
D. Timeline	30
E. Ide Kreatif	34
F. Langkah Kerja	
1. Tahap Pra Produksi	34
2. Tahap Produksi	35
3. Tahap Pasca Produksi	36

BAB IV PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Pekerjaan	37
B. Alur Pekerjaan	
1. Pra Produksi	38
2. Produksi	39
3. Pasca Produksi	41
C. Analisa Penulis	42
D. Hasil Pekerjaan.....	46
E. Komparasi Praktik Dengan Teori.....	54

BAB V PENUTUP

A. Simpulan	56
B. Saran.....	57

DAFTAR PUSTAKA	59
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN

A. Biodata Penulis	61
B. Salinan Lembar Pembimbingan Tugas Akhir	62
C. Surat Keterangan Praktik Industri.....	64
D. Dokumentasi Foto Kegiatan terkait dengan Tugas Akhir.....	65

DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 1 Data Jumlah Pengguna Internet di Indonesia.....</i>	<i>2</i>
<i>Gambar 2 Project Hotel Golden Tulip Pekanbaru, Riau</i>	<i>21</i>
<i>Gambar 3 Logo Perusahaan.....</i>	<i>22</i>
<i>Gambar 4 Struktur Organisasi</i>	<i>23</i>
<i>Gambar 5 DM dengan Narasumber.....</i>	<i>28</i>
<i>Gambar 6 DM dengan Akun Loker Magang.....</i>	<i>29</i>
<i>Gambar 7 Live IG.....</i>	<i>29</i>
<i>Gambar 8 Bagan Langkah Kerja</i>	<i>34</i>
<i>Gambar 9 Tahap Pra Produksi.....</i>	<i>34</i>
<i>Gambar 10 Tahap Produksi.....</i>	<i>35</i>
<i>Gambar 11 Tahap Pasca Produksi.....</i>	<i>36</i>
<i>Gambar 12 Bagian Alur Pekerjaan.....</i>	<i>38</i>
<i>Gambar 13 Social Media Plan April Jogja Painting</i>	<i>39</i>
<i>Gambar 14 Google Drive Jogja Painting</i>	<i>40</i>
<i>Gambar 15 Google Drive Jogja Painting</i>	<i>40</i>
<i>Gambar 16 Google Drive Jogja Painting</i>	<i>41</i>
<i>Gambar 17 Postingan Media Sosial Jogja Painting.....</i>	<i>41</i>
<i>Gambar 18 Insight Instagram Jogja Painting</i>	<i>42</i>
<i>Gambar 19 Insight Facebook Jogja Painting.....</i>	<i>43</i>
<i>Gambar 20 Insight Twitter Jogja Painting</i>	<i>43</i>
<i>Gambar 21 Insight LinkedIn Jogja Painting.....</i>	<i>45</i>
<i>Gambar 22 Story Instagram Jogja Painting</i>	<i>47</i>
<i>Gambar 23 Feed Instagram Jogja Painting.....</i>	<i>48</i>

<i>Gambar 24 Reels Instagram Jogja Painting.....</i>	<i>49</i>
<i>Gambar 25 Artikel Facebook.....</i>	<i>50</i>
<i>Gambar 26 Laporan Harian.....</i>	<i>52</i>
<i>Gambar 27 MOM.....</i>	<i>53</i>
<i>Gambar 28 Weekly Meeting.....</i>	<i>54</i>

DAFTAR TABEL

<i>Tabel 1 Gambaran Tugas dan Tanggungjawab</i>	<i>23</i>
<i>Tabel 2 Jobdesc Spesifik Penulis.....</i>	<i>27</i>
<i>Tabel 3 Timeline.....</i>	<i>30</i>
<i>Tabel 4 Komparasi Praktik dengan Teori.....</i>	<i>55</i>